

融媒体背景下敦煌旅游形象的构建和提升 研究——以敦煌非遗艺术为依托

鲁建依

浙江工商大学杭州商学院，中国·浙江 杭州 311599

摘要：敦煌，别名阳关，位于河西走廊的西端，是一座国家历史文化名城，拥有着丰富的历史文化遗产。论文以敦煌的非物质文化遗产为研究对象，在融媒体的时代背景下，针对敦煌旅游的现状和发展过程中遇到的一系列问题，思考敦煌非遗艺术在敦煌旅游形象构建和提升中的作用，最后提出敦煌旅游形象的构建和提升策略。本文的研究内容为在信息技术不断更迭、媒体不断融合发展的时代背景下，分析敦煌旅游业的现状，剖析发展过程中的困境和挑战。在对敦煌非遗的研究基础上，探讨敦煌非遗艺术对敦煌旅游业发展的意义。在融媒体的时代背景下，思考敦煌如何依托非遗艺术实现旅游形象的提升，并且提出相关策略。

关键词：敦煌非遗艺术；融媒体；旅游形象

【作者简介】鲁建依（2003-），女，浙江温州人，本科，浙江工商大学杭州商学院新闻学专业。

0 引言

世界上有许多城市，在某个历史节点上兴起而后繁盛，但随着发展重心的转移和时代主旋律的改变，它们又逐渐地落寞下去；敦煌就是其中最具有代表性的一座城市，因古丝绸之路而兴盛，又因时代的发展而沉寂。即便如此，许多人还是会想去敦煌看一看，因为敦煌所具有的悠久历史和灿烂文化，让人们不得不重视它；尤其是敦煌的非遗艺术，是中华文化中的代表性文化之一，在中国乃至世界都具有极大的影响力。而旅游形象是旅游者对旅游接待地的总体印象，敦煌依托非遗艺术能够使自身的旅游形象实现一个很大的提升。因此，我们需要以敦煌非遗艺术为依托，借助媒介平台，将敦煌悠久且灿烂的历史文化，融入它自身的旅游形象中展现给大众。

1 融媒体背景下敦煌旅游的现状

融媒体是以互联网为载体，将各类型媒体在人力、内容、宣传等方面进行全面整合。媒体融合的时代背景下，敦煌利用融媒体平台进行宣传，不仅能够向游客全方位地展示敦煌的城市风貌吸引大众的目光，还能让敦煌的非遗艺术被更多人看见。在互联网的加持下，敦煌的旅游资源得到了广泛的宣传和推广，敦煌的旅游行业呈现向好的态势，吸引了许多游客前来参观。

在国内的旅游市场中，敦煌是较为热门的一座城市，可人们在选择旅游目的地时，会考量的因素较多；加之获取信息的手段逐渐增多，越来越多的旅游目的地开始进入游客的视野，所以当性价比更高的旅游目的地出现时，敦煌不一定会被很坚定地选择，这使得敦煌旅游业面临着更加激烈的市场竞争。

为了吸引游客的目光，各大旅游地都会竞相宣传自己，这时候就会出现恶性竞争，“别人做什么我就做什么”不论这种宣传是否有效，是否符合自身的情况，就是漫无目的地跟在别人后面，这时就会出现信息过载。

当有关敦煌的旅游信息大量涌现时，信息过载与有效传播之间的矛盾就会突显出来；人们很容易就会产生信息疲劳，游客在筛选有效

信息时会遇到很多困难，这在一定程度上影响了旅游信息的有效传播。

敦煌作为一座历史文化名城，在发展的同时，还必须平衡好旅游资源的保护与开发这一问题。随着融媒体技术的发展，敦煌旅游业快速发展，但也给资源保护带来了一定的压力。如何在保护资源的同时实现可持续发展，是需要被关注的问题，发展和资源保护的关系也是需要被思考和重视的。

除此之外，敦煌要想扩大自身的国际影响力，就不免地要为外国游客提供服务，这时候跨文化沟通对敦煌而言就是一个挑战，因为不同文化背景的游客对旅游体验的需求和认知存在差异。这就需要敦煌旅游业在发展的过程中充分考虑到这一因素，以创造更加个性化的旅游体验为努力目标，为广大游客提供良好的服务体验。

2 敦煌非遗艺术在敦煌旅游发展中

非遗艺术是一种文化遗产，是在特定的历史背景下产生的。敦煌的非遗艺术是经过历史的沉淀和时间的打磨后形成的，具有独特性和不可复制性，还映射着一个时期、一方水土的文化发展。许多在敦煌落寞之后兴起的城市，虽有一定的知名度，却并不具备如敦煌这般深厚的文化内涵，更别提非遗艺术了。

2.1 传播敦煌非遗的重要性

敦煌的非物质文化遗产，如敦煌曲子、敦煌舞蹈、敦煌剪纸等，是中华文化的瑰宝，是中华文化的重要组成部分，具有独特的历史、文化和艺术价值。通过传播和推广敦煌非遗，可以使更多人了解和认识这些珍贵的文化遗产，从而增强保护和传承这些文化遗产的意识。

敦煌的非物质文化遗产是敦煌旅游业中吸引游客的重要资源，通过传播和推广敦煌非遗，可以提升敦煌的旅游品牌形象，吸引更多游客前来观光旅游，使更多人了解和认识自己民族的文化底蕴和历史渊源，增强民族文化自信和归属感。

2.2 借助非遗的敦煌旅游形象构建

今天对明天来说就是历史，在发展的过程

中，实物很少能被完整地保留下来，反而是“非物质”的东西，它们会以各种形式传承千年。敦煌的历史可以追溯到两汉时期，距今已有上千年的历史，敦煌的繁盛也被永远停留在了过去，但我们依稀能从非遗中瞥见它曾经的灿烂和样貌。

敦煌地处甘肃、青海、新疆三省交汇处，多民族文化碰撞在这里发生，因此敦煌的非遗项目类别众多，涵盖了民间文学、传统音乐、传统舞蹈、传统戏剧、传统美术、传统医药和民俗等，这些非遗项目都具有浓郁的地方特色。

从旅游发展的角度出发，这些独特的非遗艺术也促成了敦煌自成一派的旅游。从非遗的角度看敦煌，可以看到敦煌文化的多样性。敦煌的非物质文化遗产已经成为敦煌城市记忆的重要组成部分，锻造成了敦煌的文化烙印。

在新时代的文化背景下，敦煌的非遗项目得以发扬光大，并被赋予了新的时代意义。在保持原有风格的基础上，融入了现代元素和创意，成为了具有市场潜力和文化价值的文创产品。这些创新不仅为非遗项目注入了新的生命力，也为敦煌的经济社会发展带来了新的机遇。

3 敦煌旅游形象的构建和提升策略

一提起敦煌，许多人首先想到的可能是“独具特色的西域风情”这些较为空泛的印象。“敦煌的异域风情体现在何处、它本身又具有哪些特色？”这些是人们所不熟知的，敦煌也曾努力宣传自己，想把不一样的一面展现给大家，可却并不成功，愿意主动去关注和了解的人并不多。处在融媒体时代，机遇与挑战并存，如何进一步打造敦煌旅游形象、提升敦煌旅游形象的有效传播是我们需要思考和解决的问题。

3.1 巧妙运用短视频来推广

自媒体短视频已深度融入百姓的生活中。随着自媒体平台的发展，人们不仅能够快速高效地获取信息，而且人人都可以成为传播者；值得一提的是，当前大众对于快速且精悍的消息更加易接受，因此在构建和提升敦煌的旅游形象时我们必须把握住这一现状。

都说互联网的更新换代速度很快，要是稍

不留神就会被淘汰；可当致力于传承非遗的网红博主李子柒时隔三年再次回归互联网时，在网上掀起了一波浪潮，大家愿意再次把目光聚焦到李子柒的身上，尤其是年轻群体对李子柒的回归很是关注；往更深层次去向，大家其实不是想看李子柒这个人，而是乐于去看李子柒的分享和她所做的事。

可见，在时代快速发展的时代背景下，许多人并不会不待见非遗，反而是十分热衷于去走近它。

因此，敦煌也可以打“非遗”的牌，利用好自身的这一优势。借助自媒体平台推出一系列非遗专题的视频，邀请非遗传承人出境，全方位展示自身的非遗故事。这不仅能从多角度展现出敦煌之美，还可以促进敦煌非遗的有效传播，实现敦煌非遗和敦煌旅游的有机融合。

3.2 独具特色视听作品的打造

视听作品包括影视作品、综艺节目、纪录片等，相较于文字，人们往往更倾向于从一部视听作品中了解和走近一个地方。敦煌本身就是一座很有故事的城，中华文化千余年来，存留的奇迹就在这里；因此，好的视听作品不仅能够提升敦煌的旅游形象，还能够扩大敦煌文化的影响力。

想要使敦煌的旅游形象有很大的提升，需要打造独具特色的视听作品。敦煌是一座不缺故事的城市，这片沉寂的圣地有太多的故事和传说了，许多人向往敦煌，是喜欢它的神秘，而敦煌的神秘大部分都藏在这些故事里。因此，可以以敦煌的故事或者传说为基础进行创作，充分利用好这些宣传物料。

而且《逃出大英博物馆》的成功，也让我们看到了这种方法的可行性。它的创作思路也值得借鉴，该部作品把玉壶“人形化”，赋予了它说话的权利，让人们真的听到了它的委屈，从而产生情感共鸣。在打造与敦煌有关的视听作品时，同样可以这样做，赋予一个东西以生命的意义，把它的遭遇生动形象地展现出来；还可以以非遗为创作背景，通过故事把它们的发展历程串联起来。

3.3 智慧化平台的运用

目前大多数景区都有建立数字化平台的意识，但形式都很单一，长篇大论地介绍着景区的历史或者特色，再加上几张图片而已，这种单方面的“输出”，并不具有互动性。为了使大众能够进一步走近敦煌、真切地感受到敦煌的文化氛围，可以开发一个有关敦煌的微信小程序，里面包括答题抽奖、小游戏等。

敦煌的非遗艺术是敦煌拥有深厚文化底蕴的关键所在，更是中华优秀传统文化的重要组成部分。非遗的地位和影响力不可忽视，需要以此为特色的主题版块，通过AR技术把舞蹈、器乐、戏曲等“放置”在浏览者眼前，使浏览者能够进一步感受到敦煌非遗的魅力。

3.4 旅游营销方式的创新

敦煌的旅游形象在大多数人心中已经有了一个雏形，但这雏形却不足以让其中大多数人去敦煌的冲动，因此为了能够提升敦煌的旅游形象和市场竞争力，需要创新敦煌的旅游营销方式，可以进行数字化营销、合作营销、口碑营销等，最重要的是要进行文化体验营销。

每个地区都有自己的优势，身处大西北的敦煌在一些设施上可能比不过发达地区，但敦煌的优势在于他深厚的文化底蕴，他本身所具有的软实力是其他地区所不曾拥有、更是不可能拥有的，因此在敦煌需要打文化牌，才能在旅游市场中脱颖而出。

建议以敦煌丰富的历史文化为主，以敦煌

非物质文化遗产为辅，设计各种文化体验活动，如“敦煌壁画临摹大赛”“敦煌歌舞体验大会”等，在这样的文化氛围下，游客能够深入了解到敦煌的文化内涵，离开后也会时常回想起。

4 结语

敦煌位于丝绸之路的重要节点，也是东西方文化交流的重要枢纽。时代在不断更迭，大众的偏好也在不断变化，敦煌需要打造一个既贴合当代人喜好又能保持一段较长时间稳固的旅游形象。敦煌的非遗艺术富含历史的沉淀，具有极高的历史、文化和艺术价值，因此敦煌想要构建和提升自身的旅游形象必须利用好这一优势。在媒体融合的时代背景下，充分发挥互联网的作用，利用新兴技术，打造更立体的敦煌。

【参考文献】

- (1) 潘茜.新媒体时代非物质文化遗产传播策略探究[J].新闻研究导刊,2021,12(24):238-240.
- (2) 李玮.跨媒体·全媒体·融媒体——媒体融合相关概念变迁与实践演进[J].新闻与写作,2017(6):38-40.
- (3) 段渊.秦川地域文化纪录片中敦煌文化的形象建构[J].视听,2021(6):139-140.
- (4) 徐嘉,时倩倩,金鑫.网络综艺娱乐节目中丝路文化的活化传播研究——兼论《登场了!敦煌》的传播内涵[J].视听,2021(9):4-6.
- (5) 陈拴.新媒体助力非遗文化传播与传承的路径[J].参花(上),2023(8):40-42.